“互联网 +”背景下医学图书的出版策略分析

陈 佩
（中国协和医科大学出版社有限公司，北京 100730）

摘要：【目的】研究“互联网 +”背景下医学图书的出版策略，促进其发展。【方法】文章针对“互联网 +”背景下医学图书的出版策略进行研究，阐述“互联网 +”时代对医学图书出版行业产生的影响以及“互联网 +”背景下医学图书出版的现状，了解“互联网 +”时代为医学图书出版行业发展带来的契机以及医学图书出版行业需要做出的改变。【结果】指出医学图书出版行业创新发展的方向和医学图书出版的创新策略，为医学图书出版行业找到新的发展道路和改革优化方法。【结论】通过研究，明确了“互联网 +”背景下医学图书出版行业的发展方向和改革措施，使医学图书出版行业可以突破行业发展局限性，得到更大的发展空间。“互联网 +”时代的到来给医学图书出版带来新的发展契机，该行业需要抓住时代发展机遇深化改革工作。

关键词：互联网 +；医学图书；出版策略；出版业　　中图分类号：G216　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2023）04-127-04　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2023.04.027
本文著录格式：陈佩．“互联网 +”背景下医学图书的出版策略分析 [J]. 中国传媒科技，2023（04）：127-130.

导语

医学图书和一般的文学类图书不同，包含很多专业的知识，对读者有一定的要求。一般来说，医学图书主要侧重于宣传医学专业知识，也会收录很多学术研究和专业创新的成果，具有一定的学术价值和实用价值。这些特点也决定了医学图书和一般文艺类图书在出版内容和形式方面会有一定的差别。尤其是在“互联网 +”时代背景下，信息技术和新媒体平台的发展对医学图书出版产生了巨大的影响，使医学图书出版改变策略，借助互联网技术手段和新媒体平台找到新的出版宣传方向，进一步提升医学图书出版的质量。

1.“互联网 +”时代对医学图书出版业产生的影响

1.1 改变人们的阅读习惯

随着互联网技术的不断发展，各种电子产品和移动终端得到普及，人们日常生活已经离不开这些电子产品。例如，随着互联网的发展以及人们生活节奏的加快，大部分人并没有足够的时间阅读纸质图书，更倾向使用电子阅读的方式，这使得电子阅读终端得到很大的发展空间。由于电子阅读方式具有更强的灵活性和便捷性，因此得到人们的青睐，这在很大程度上改变了人们的阅读习惯。从这一点来看，医学图书出版业的相关人员也需要改变传统出版和销售的思路，顺应时代发展趋势改变图书的出版和宣传方式，适应人们日益变化的阅读习惯。

1.2 收费权力制约标准发生变化

传统出版模式下只有出版社拥有出版权，而且出版社需要得到新闻出版总署的批准才能出版图书。如今，随着互联网技术的发展，数字出版在整个出版行业中所占的地位逐渐提高，数字出版市场也越来越大。但是，由于数字出版行业出现的时间比较短，因此关于数字出版的收费资格标准不完善，导致数字出版行业的收费资格很难确定，这在一定程度上也增加了收费权利约束的难度。

1.3 对图书编辑人员能力的要求不断提升

图书出版行业有专业的编辑，尤其是在“互联网 +”时代下，一部分专业编辑抓住医学图书发展的契机，利用技术手段在数字出版市场中占得先机，这对传统出版社来说产生了一定的影响。

1.4 对数字技术人才的需求量不断增加

医学图书专业性比较强，因此需要大量专业人才。尤其是在“互联网 +”背景下，医学图书出版对人才的需求已经不仅仅局限于医学专业领域，更需要数字技术人才，只有具备较强的数字技术运用能力才能使医学图书在数字时代得到更大的发展空间。[1]

2.“互联网 +”背景下医学图书出版行业的发展情况和问题

2.1 “互联网 +”背景下医学图书出版行业的发展情况

“互联网 +”背景下的网络阅读模式不断普及。随着信息技术的发展，医学图书出版行业也利用互联网实现了数字化转型，从创新创作方式和信息阅读形式的角度实现了图书市场数字化发展，为医学图书出版行业找到了新的发展方向和发展平台。目前，人们受到“互联网 +”时代的影响，越来越多人选择使用移动终端阅读图书，使得数字化刊物和网络作品逐渐

进入人们的视野，收获了大量的忠实读者。[2] 很多网络作品在互联网上走红后被出版，成为实体书。可见在“互联网 +”时代下，图书拥有了更高的阅读价值和存储价值，也找到了新的发展方向。从这一点来看，医学图书出版行业也可以借鉴这一优势，利用互联网手段找到新的发展平台，使医学图书能够在市场上得到更大的销售空间。此外，如今已经进入数字化经营模式的时代，出版社必须明确时代发展趋势，顺应市场发展趋势调整自身经营战略，改变医学图书出版的内容和方式。在这方面，大部分出版社已经认识到传统纸质图书发展式微的现状，也在思索如何实现传统和数字化之间的转换。但是整个转换过程需要一定的时间，而且对于出版社来说也会面临一些困难。虽然如今出版社很多工作人员在思想上已经接受了数字化和电子化发展的方向，但是在实际操作和执行的时候难免会出现问题。

2.2 “互联网 +”背景下医学图书出版过程中存在的问题

在“互联网 +”背景下，医学图书出版过程中产生的问题主要集中在图书营销和数字化编辑等方面。传统出版社对“互联网 +”背景下数字图书出版缺乏足够的认识，而且自身网络运作能力也有所欠缺，导致传统出版社在医学图书营销过程中无法有效利用“互联网 +”平台提升营销效能。加之，传统出版社的工作人员对于“互联网 +”时代背景下医学出版行业的发展趋势和医学图书数字化刊物的了解程度不足，使得传统医学图书出版行业陷入困境。

3.“互联网 +”背景下医学图书出版行业创新发展的方向

3.1 资本再造，融合发展

国家为了推动文化产业的振兴，为出版行业提供了很多政策支持，包括“互联网 +”“数字中国”等。除了政策支持之外，国家也增加了出版行业的扶持资金，使出版行业得到更大的发展空间。[3] 目前，出版行业可以利用多元化投融资找到更多新的发展方向，得到新的融资渠道和融资方式，从而解决行业发展过程中出现的资金问题。这些来自政策和资金方面的支持，使得出版行业发展态势更加明朗，发展空间也越来越大。部分出版企业甚至利用上市融资和资本运作快速扩大规模，形成产品品牌。可见，优化出版行业投融资机制使得出版企业自身的管理水平和市场开拓能力得到进一步提升，在行业内的影响力也在逐渐提高。随着时代的发展，出版行业联合互联网企业创新发展模式，利用投融资使股权更加多元化，朝向数字出版领域发展，在很大程度上打破了传统出版产业的发展困局。随着文化体制改革工作的不断推进，出版行业中加入了越来越多的民营资本，使得原有的产业结构发生改变。出版行业在国家政策的支持下实现了产业结构和资本成分的优化，确保出版企业能够抢占更多市场份额，摆脱转型发展过程中出现的问题。

对出版企业来说，在“互联网 +”时代下需要利用投融资和资本运作手段完成业态转型。在这个过程中，出版企业需要改变现行的管理模式，找到“互联网 +”背景下能够平稳发展的方向，利用出版数字化升级提升自身的市场竞争力和发展活力。从本质上看，出版企业利用资本运作完成产业转型，主要是为了确保自身发展方向符合市场经济的发展趋势，并使自身能够利用现有的资源发挥文化功能，不断扩大产业规模。如今很多出版企业利用数字化转型和上市融资让自身能够进一步扩张业务，完成业态转型目标。例如，中文传媒作为中国出版传媒领域中知名的上市企业在转型之后已经形成了以传统出版为主业、新兴科技业态、资本创新经营的利润格局，这也是中文传媒能够实现上市目标、得到更多市场份额的主要原因。

为实现可持续发展的目标，部分出版企业借助技术优势和团队力量开展资本再造工作，通过各种资本运作方式完成了上市目标，这为“互联网 +”背景下出版企业稳定发展奠定了坚实基础。[4] 例如，凤凰传媒和中南传媒利用参股、兼并、收购等资本运作手段扩大业务范围，已经形成了包含数字媒体出版、发行内容制作、文体、教育等多个环节的产业链，成为具备多元化业务的出版企业。从这一点来看，中国出版业资本融合已经成为大势所趋，各出版企业需要合理利用投融资机制找到新的发展方向，使自身能够在市场上获得更大的发展空间。在这方面，出版企业可以利用资本交换流动实现资产保值增值的目的，通过这种方式得到更多流动资金，实现企业的快速扩张。

3.2 朝向智能化、技术化方向发展

当前，出版业利用各种内容资源和新兴技术已经找到了新的业态发展方向，并且利用互联网技术使自身朝向智能化、技术化的方向前进。这些新兴技术的应用使出版行业出现了新的业态发展态势，而且也打破了原来出版行业较为封闭的市场环境，使出版行业与其他行业融合，利用出版业态更新换代得到更大的发展空间。对出版行业来说，随着时代的发展已经完成了从铅与火、光与电到物联网、大数据的业态发展目标，出版行业的生产方式和产品形式都发生了改变。可见，信息技术能够推动出版行业的发展，进一步加快产业融合的速度，使出版行业媒体格局和生态环境发生变化，确保出版行业能够适应时代发展趋势，满

足读者多元化的阅读要求，这些元素为医学图书出版内容优化升级奠定了坚实基础，使医学图书能够向精品化、个性化的方向发展。

自 20 世纪六七十年代以后，出版行业出现智能赋权的发展趋势。整个行业利用各种新兴技术手段进一步提升了产业发展的速度和水平。出版企业能够大幅度降低生产和经营的成本，这为出版行业的发展积蓄力量。近些年来，出版行业已经从内容赋权发展为智能赋权，而智能赋权这种形式的产生也大大推动了出版行业产业升级的速度。[5] 同时，智能赋权为读者提供了参与图书出版的机会，确保读者能够在图书出版过程中拥有更大的主动权，这种发展趋势改变了传统出版行业的生产和经营模式，完成了传统出版行业生产路径动态重构与自我革命的目标，使出版行业能够不断推陈出新、优化改革，为出版行业的发展赋能。正是受到智能赋权的影响，出版行业在内容生产和宣发方面实现了职能分离，图书编辑领域的工作模式也发生了改变，逐渐形成以技术为支撑、内容建设为根本、技术创新为手段的出版新方式，使出版行业能够进一步提升出版效能和企业影响力，确保企业能够利用业务流程数字化改革和生产模式创新实现自我发展的新目标，为出版企业可持续发展注入源源不断的动力。

从某种程度上看，信息技术革命对出版企业也产生了重要的影响，也是出版行业产生新业态的主要原因。出版行业在技术发展过程中实现了产业化和市场化的发展目标，并且利用信息技术手段完成了不同产业链之间的有效融合，使出版行业能够进一步提升自身价值，创造新的产品。尤其是在媒体融合的背景下，出版行业借助各种新兴技术手段得到了更多宣发渠道，通过这种方式完成出版产业链的优化目标，利用新的出版方式改善图书产品的性能效果，为读者带来更好的阅读体验。而且，出版企业利用大数据等先进的技术手段可以精准把握读者的需求，根据读者需求优化产业链结构，使图书出版更具针对性。

3.3 人人参与，业态聚合

在“互联网 +”背景下，出版行业的市场环境更加开放，读者也能够参与到图书出版环节中。受移动通信技术、云计算等技术的影响，传媒领域逐渐形成了万物皆媒的发展趋势，而且在互联网“去中介化”的发展形势下，出版行业可以利用新兴技术将各种信息融合在一起，制作数字化产品。在此基础上，出版行业利用物联网实现信息的快速传播，虽然这会导致出版市场竞争更加激烈，但是也加快了出版产品转型升级的速度。在这种发展形势下，出版企业需要明确自身角色的变化，将自身定位于信息服务者的角色上，在掌握市场和读者需求的基础上对图书产品的内容和宣发形式进行调整，确保图书产品能够在市场上获得更大的竞争力。

考虑到如今出版行业已经进入到“读者为王”的时代，出版企业需要全方位收集读者的需求和信息，利用个性化特色服务吸引更多读者，扩大销售范围。在整个出版行业中，读者是整条产业链比较重要的一环，读者消费需求的变化可以在一定程度上倒逼出版业调整发展方向。因此，出版业需要顺应时代发展趋势，重视读者消费需求的变化，根据读者的需求和想法实现产品智能化转型，使图书产品能够为读者带来更好的阅读体验感。这种发展方式也符合“互联网 +”背景下读者碎片化阅读的特征，使读者可以利用碎片化时间完成阅读活动，获取知识和信息。

由于出版行业服务的对象是读者，自身价值体现也取决于读者，因此在“互联网 +”背景下出版企业需要利用各种渠道获得更多信息，根据读者碎片化阅读的特征为读者提供所需的阅读内容，满足读者的阅读需求。如今出版行业正在朝向集约化、创新型的方向发展，也完成了业态聚合的发展目标。之所以会形成这种发展趋势，是因为读者的演化使得出版内容朝向多元化的方向发展。出版企业根据读者阅读需求，提供了包含金融、体育、餐饮、电商、文化、教育等类型的图书产品，这使得出版行业逐渐形成创新发展新业态。例如，2014 年人民卫生出版社与全国高等医药教材建设研究会、北大医学部、北京协和医院、复旦大学医学院等多家机构合作共同成立了医学教育慕课联盟，并且设计了多款以医学为主题的图书产品，为读者提供了多元化、个性化的医学图书产品和服务。

4.“互联网 +”背景下医学图书出版的创新策略

4.1 借助技术手段提升医学图书的学术水平和图书价值

由于大部分医学图书的内容侧重于医学主题研讨、论述以及其他与医学相关的知识，医学图书的专业性比较强，具有一定的阅读价值和实用价值。从这一点来看，出版企业需要进一步提升医学图书的学术水平，使其具有较强的增益性，能够为读者提供更多知识。在这方面，出版企业需要将医学图书定位于医学专业交流和资源共享的层面上，通过提升医学图书的学术水平，保证医学图书具有较强的权威性和可探究性，使其拥有更大的价值。尤其是在“互联网 +”背景下，出版企业想要打破困境、推动医学图书出版的创新发展，必须立足于提升医学图书的学术水平和阅读价值。[6]

鉴于“互联网 +”背景下，信息传播速度比较快、传播范围也比较广，因此想要实现资源和信息的传输和共享比较简单。医学图书想要实现提升学术水平的

目标可以从学术影响力的角度入手，增强医学图书内容的专业性和学术指向性，并且利用互联网技术扩大图书销售范围、实现资源共享，通过这种方式使医学图书更具影响力，从而形成医学图书的品牌和口碑。尤其是对于出版企业来说，可以借助互联网技术完成医学图书数字化转型，利用各种技术手段提升医学图书的学术价值和使用价值。[7]

4.2 明确“互联网 +”背景下医学图书出版方向，避免图书内容同质化

一般来说，医学图书的内容在学术性研究方面具有传承和递进的特点，因此医学图书的出版方向也应当以学术研究精确化为目标，利用互联网技术手段对医学图书的内容和相关信息进行整理，使医学图书学术研究具有较强的专业性，并且能够体现出医学图书的学术价值。在这个过程中，出版企业可以利用互联网技术收集各方面资料，为医学图书提供参考，借助“互联网 +”平台对医学图书进行推广，通过这种方式使出版企业明确“互联网 +”背景下医学图书出版的方向。在此基础上，医学图书需要保证内容的品质和专业度，为此出版企业在编辑图书内容时需要重视图书内容的质量，避免出现同质化现象。具体来说，出版企业可以利用互联网技术了解出版图书内容相关领域的发展情况并且密切关注市场上同类型图书的出版情况，借助信息化技术手段将各方面信息进行汇总分析，根据分析结果对医学内容进行优化，保证医学图书的学术性和专业性，以此提升其阅读价值，确保医学图书能够在市场上得到消费者的青睐。为了保证医学图书的质量，出版企业可以对国内外主题研究内容和发展水平进行对比，有效解决图书内容同质化的问题，提升医学图书内容的含金量。[8]

4.3 借助新媒体技术开发针对性医学图书产品

新媒体平台为人们提供了大量的阅读资源，因此出版企业在创新医学图书出版内容和形式的过程中也可以借助新媒体技术将医学图书做精做细，使其能够满足不同阅读群体的需求。在这方面，出版企业需要对医学图书的内容进行细分，根据读者的需求为其提供针对性图书产品，保证医学图书种类丰富全面，能够吸引更多读者。例如，出版企业在编辑工具类医药图书的过程中，可以将相关信息进行汇总，形成线上知识数据库，便于读者在阅读过程中查阅知识库内的专业信息，找到阅读资料，为顺利开展阅读活动提供参考。[9] 除此之外，出版企业也需要根据读者的身份和文化背景对医学图书的内容进行优化。对于年龄比较小的学生，出版企业可以将医学图书的内容与多媒体技术和动画形式相结合，通过图文动画增强医学图书内容的趣味性，吸引小读者的视线，提升读者阅读和购买的欲望。对于具有一定医学背景的读者来说，出版企业可以将医学图书内容与虚拟现实技术相结合，利用立体化讲解使读者可以充分理解医学图书的内容，得到更好的阅读体验感。从上述内容来看，出版企业可以借助新媒体技术为不同的阅读群体提供针对性图书产品，满足读者多元化需求。[10]

结语

综上所述，在“互联网 +”背景下医学图书出版的内容和形式发生了变化，为此图书出版企业需要顺应时代发展趋势，借助互联网手段创新图书出版方案，使医学图书能够得到更大的发展空间。为实现优化医学图书出版策略的目标，出版社需要提升医学图书的学术价值和实用价值，在保证医学图书专业性的同时优化图书内容和设计形式，使其能够满足不同读者的需求，为读者提供更好的阅读体验，通过这种方式打开医学图书出版的新局面，解决图书出版行业转型发展过程中出现的问题，找到图书出版行业创新发展的新思路。

参考文献

[1] 马晓薇 . 新媒体时代医学图书出版创新性分析 [J]. 中国报业，2021（16）：114−115.

[2] 吴丹 . 对新媒体环境下创新医学图书出版工作的几点探索 [J]. 新闻传播，2021（15）：81−82.

[3] 崔丽君 . 试论医学图书出版的精品意识 [J]. 今传媒，2021（3）：69−71.

[4] 刘婷 .“互联网 +”背景下医学图书的出版策略研究 [J]. 中国传媒科技，2020（1）：50−52.

[5] 车巍，周琳 . 媒介融合背景下医学专业类图书的出版问题探究 [J]. 科技传播，2019（12）：146−147.

[6] 施雯 . 浅析“互联网 +”背景下医学图书的出版策略 [J]. 新闻研究导刊，2019（6）：192+214.

[7] 郎宏林，殷建民，丁盈 . 知识重构在医学数字出版应用技术研究 [C]// 中国新闻技术工作者联合会，新疆广播电视局 . 中国新闻技术工作者联合会 2018 年学术年会论文集（学术论文篇）. 中国新闻技术工作者联合会 2018 年学术年会论文集（学术论文篇），2018：61−67.

[8] 亢森 . 提高医学图书编辑审稿能力的五点思考 [J]. 知识文库，2018（12）：48+55.

[9] 王楠 . 多媒介融合下的医学图书增值服务 [J]. 现代出版，2017（6）：30−31.

[10] 杨帆 . 医学图书出版的新形式和问题探讨 [J]. 传播力研究，2017（3）：149−150.

作者简介：陈佩（1986−），女，河北无极，中级编辑，研究方向为图书出版。

（责任编辑：张晓婧）